

11.02.2009

Nutzer-Konzept für den Pavillon auf dem Rathausplatz

I. Zielbeschreibung

- Der Pavillon soll als ein Informationszentrum gestaltet werden, das schon von außen als *Service-Station* das unverwechselbare Profil der Kulturstadt Ahrensburg widerspiegelt und zum Eintreten in die „Info-Box“ einlädt.
- Die strukturgebenden *Informationsbereiche* orientieren sich an den *Informationsbedürfnissen* eines erstmals die Stadt aufsuchenden *Besuchers/Touristen*, der sich einen Überblick über das sozio-kulturelle Veranstaltungsangebot in der aktuellen Aufenthaltssituation verschaffen möchte.
- Das zu erwartende Informations- und Service-Interesse dieses Adressatenkreises soll eine Entsprechung finden in folgenden *Orientierungsbausteinen*:

Baustein A	Baustein B	Baustein C	Baustein D	Baustein E
<u>Sehenswürdigkeiten der Kulturstadt Ahrensburg</u> ▪ Schloss (Museum) ▪ Schloss-Ensemble ▪ Tunneltal ▪ Arnesvelde ▪ Ausstellungen im Marstall ▪ andere Galerien ▪ Schlosskirche (Gottesbuden) ▪ ▪ ▪	Präsentationen der Haupt-Kulturanbieter aktuelle Veranstaltungen ▪ Bildende Kunst ▪ Musik ▪ Theater ▪ Kleinkunst ▪ Lesungen ▪ Kino ▪ Volkshochschule ▪ ▪ ▪	Service-Einrichtungen im Bereich <u>Freizeit</u> ▪ Schwimmbad *) ▪ Sport/Tennis ▪ Fahrrad-Klub ▪ Tanzen ▪ Wandern ▪ Reiten ▪ Ahrensburger Stadtforum ▪ ▪ ▪	<u>Bürgerservice</u> ▪ Gastronomie ▪ Hotellerie ▪ Vereinswesen ▪ Taxenbetriebe ▪ Fahrradverleih ▪ Autovermietung ▪ ▪ ▪ ▪ ▪	<u>Soziale Einrichtungen</u> ▪ Krankenhaus ▪ Hospiz Abg. e.V. ▪ Notdienste ▪ Ärzte ▪ Apothekendienst ▪ ▪ ▪ ▪ ▪ ▪

*)ersetzen „Freizeitbad badlantic“

Übersicht ist zu komplettieren !

Anlage 2)

II. Erläuterungen zu den Bausteinen A – E:

1. Geleitet vom zu erwartenden *Informationsbedürfnis* des Ahrensburg-Besuchers, der Vielfalt des sozio-kulturellen Angebots und den je spezifischen Präsentationsformen der 5 *Orientierungsbausteine* müssen die inhaltlichen/thematischen Zuordnungen in *Qualität und Quantität* dem – nur begrenzt zur Verfügung stehenden – Raum, den Flächen und den Binnenstruktur-Gestaltungen angepasst werden.
2. Solche Zuordnungen zu Bereichen wollen einer möglichen ungeordneten Präsentationsbeliebigkeit vorbeugen und die Nutzer veranlassen, mit vorgegebenen Raumzuteilungen ökonomisch umzugehen, um die Gesamtstruktur übersichtlich zu halten.
3. Generell lassen sich *zwei große Nutzergruppen* unterscheiden:
 - a) die Gruppe der Kulturanbieter, deren Schwerpunkt auf der Gestaltung und Durchführung von kulturellen Veranstaltungen liegt; sie haben ein großes Interesse, auf regelmäßig erstellte Programme, Ausstellungen und Einzelveranstaltungen *aktuell* durch Plakatierung, Flyer etc. aufmerksam zu machen. Sie müssen ihre Aushänge, Plakate wöchentlich „à jour“ halten (dazu gehörten die Bausteine B und C).
 - b) Daneben gibt es die große Auswahl von potentiellen Nutzern aus dem sog. Service- bzw. Touristik-Bereich (Baustein D), und ohne kommerzielle Primäranliegen (Bausteine A und E). Das Informations- und Nutzer-Interesse dieses Kreises ist im Hinblick auf Präsentationen zeit-stabiler und nimmt (rein quantitativ) weniger Raum/Fläche ein.
4. Die sog. „Haupt-Kulturanbieter“ sind in Ahrensburg: Verein „Theater und Musik“, Kulturzentrum Marstall, Schloss-Stiftung/Freundeskreis, Schloss-Kirche, BürgerStiftung, Historischer Arbeitskreis... In ihnen sind ehrenamtliche Mitarbeiter zu suchen/anzusprechen, die gewillt wären, die regelmäßigen Öffnungszeiten aufrecht zu erhalten.

III. Vorschläge für die Gestaltung der Binnenstruktur des Pavillons unter funktionalen und ästhetischen Aspekten

1. Die formulierten Zielsetzungen (I.) und die „Orientierungsbausteine“ (II.) machen es zwingend notwendig, - neben einer attraktiven Außenansicht der „Info-Box“ – die Binnenstruktur und Inneneinrichtung den unterschiedlichen Informationsbereichen und Nutzerinteressen gestalterisch zu entsprechen.
2. Während zu II. 3 a) an auf Rollen laufende lamellenartige Stellwände in Fensternähe zu denken ist und regelartige Raumteiler zur Präsentation von Flyer etc. in Frage kämen (bei geeigneter Beleuchtung/ggf. Plexiglasträger); würde zu II. 3 b) an Präsentationstafeln, Wechselrahmen, aber auch Handzettel u.a. zu denken sein.

3. Neben diesem „Präsentationsmobiliar“, das ein Bekleben der Fensterscheiben (auch von innen) verhindern soll, um den Tageslichteinfall zu gewährleisten, sollte eine medientechnische Grundausrüstung (Telefon, PC etc. liegen vermutlich bereits als Kabelung im Pavillon) eingeplant werden.
4. Um ein funktional angemessenes Equipment zu erhalten, das ästhetische Kriterien berücksichtigt, ist – rechtzeitig – ein Sponsoring einzuleiten: dazu sollten (frühzeitig)
 - Bauzeichnungen/Aufrisse in hoher Qualität und
 - Entwürfe der Innenausstattunganfertigt und mit Sponsoren-Briefen versendet werden.

IV. Zur Rolle der Kultur-Anbieter

bei der Aufrechterhaltung regelmäßiger Einpflege von Informationsträgern (Plakate etc.) und Gewährleistung verlässlicher Öffnungszeiten

1. Es wird davon ausgegangen, dass (zumindest) die „Hauptkulturanbieter“ in der Eröffnung einer „Info-Box“ eine deutliche Verbesserung ihrer Öffentlichkeitsarbeit erkennen und daher bereit sind, aus dem Kreis ihrer Ehrenamtler Personal zu rekrutieren, das eine verlässliche Öffnungszeiten-Regelung ermöglicht.
2. Da durch Abordnungen für bestimmte Wochentage mit fluktuierenden „Besetzungen“ der „Info-Box“ zu rechnen ist, ist eine intensive Vorbereitung des Personals notwendig.
3. Diese begleitende Vorbereitung zu organisieren und mit Partnern durchzuführen, kann von den „Haupt-Kulturanbietern“ selbst geleistet werden.
4. Eine zusätzliche finanzielle Leistung ist – hinsichtlich der Abdeckung der Unterhaltungskosten (Strom, Wasser, ggf. Reinigung) von den Kultur-Anbietern nicht zu erwarten.
5. Die „Haupt-Kulturanbieter“ gehen davon aus, dass von Seiten der Stadt (Marketing/Öffentlichkeitsarbeit, Kulturmanagement-Abteilung u.a.) ein originäres Interesse an der Präsentation der „Kulturstadt Ahrensburg“ besteht. Vor diesem Hintergrund ist wohl von einer personellen Präsenz auch Angehöriger der Stadtverwaltung in der „Info-Box“ auszugehen, was für die Kultur-Anbieter sehr ermutigend wäre.

V. Schlussbemerkungen

Der/die Verfasser dieses Konzept-Entwurfs plädieren abschließend dafür, durch die Restaurierung und Einrichtung einer solchen „Info-Box“ kein Provisorium entstehen zu lassen.

In der „Info-Box“ – wenn sie nach baulich-funktionalen und ästhetischen Gesichtspunkten konzipiert würde – sehen sie die Möglichkeit, dass sich die Stadt Ahrensburg eine attraktive Visitenkarte schafft.

Der/die Informationssuchende könnte von dieser Erstbegegnung auf das Gemeinwesen und seine Bürger schließen und es nicht bei einem einmaligen Besuch belassen.

Abgesehen von dem im Vordergrund stehenden Informationsbedürfnis der Besucher/Touristen ist zu erwarten, dass die in Ahrensburg ansässigen Bürgerinnen und Bürger sich über – eine stets aktuell gehaltene Informationsquelle – über das Kulturleben in ihrer Heimatstadt freuen würden.

Insofern wären vermutlich nicht nur die Kultur-Anbieter und die kommerziell orientierten Service-Unternehmer zufrieden, sondern insbesondere auch die Steuer zahlenden Einwohner Ahrensburgs.

Dr. Eckhard Kohls